

畅销美国80年，中国销量超过1000000册

超值典藏版

[美] 埃文·韦伯 约翰·摩根◎著 陈衍 林莉莉◎译

19.90

心理操纵术

(全译本)

人际关系中的心理策略



哈佛、耶鲁、斯坦福等美国42所名校，159位心理学家协助编写
美国心理学协会、《美国心理学》杂志联袂向公众推荐

洞悉人心，驾驭他人，一步成为交际高手

沟通、交际、业务、面试、谈判、说服、管理、销售——不可不读



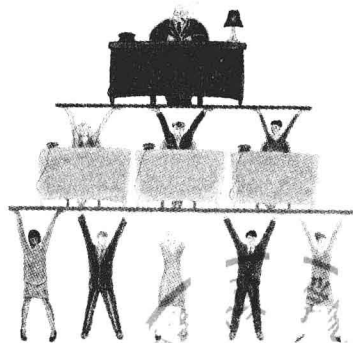
长江出版传媒

长江文艺出版社

心理 操纵术

人际关系中的心理策略

[美] 埃文·韦伯 约翰·摩根◎著 陈衍 林莉莉◎译



长江出版传媒
长江文艺出版社

新出图证(鄂)字03号

图书在版编目(CIP)数据

心理操纵术 / (美)埃文·韦伯, 约翰·摩根 著 陈衍 林莉莉 译

武汉: 长江文艺出版社, 2012.12

ISBN 978—7—5354—6173—5

I.心… II.①埃…②约…③陈…④林… III.心理交往—通俗读物 IV. C912.1—49


中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第250028号

责任编辑: 康志刚 吴庆

责任校对: 陈琪

封面设计: 异一设计

责任印制: 左怡 邱莉

出版:  长江文艺出版社

地址: 武汉市雄楚大街268号 邮编: 430070

发行: 长江文艺出版社

电话: 027—87679360

<http://www.cjlap.com>

印刷: 湖北鄂东印务有限公司

开本: 787毫米×1092毫米 1/16

印张: 15

版次: 2012年12月第1版

2012年12月第1次印刷

字数: 349千字

印数: 1—8000册

定价: 19.90元

版权所有, 盗版必究(举报电话: 027—87679308 87679310)

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

对以下心理学家们致以诚挚的感谢



为了尽可能地让那些实用的心理学原理更生动易懂并贴近实际，作者以一种特别生动形象的方式来阐释这部分材料。以下的美国心理学协会会员对我们的编写方法给予了肯定，我们对他们的感激之情难以言表，感谢他们在成书初期的不断鼓励：

姓名	院校
Professor Gordon W. Allport	Dartmouth College
Professor W. C. Bagley	Columbia University
Professor G. Homer Bean	Louisiana University
Professor Charles Scott Berry	University of Michigan
Dean Frederick E. Bolton	University of Washington
Professor Frederick G. Bonser	Columbia University
Professor Warner Brown	University of California
Professor William M. Brown	Washington and Lee University
Dr. B. R. Buckingham	Harvard University
Professor William H. Burnham	Clark University
Professor G. Macfie Campbell	Harvard Medical School
Professor Leonard Carmichael	Brown University
Professor Harvey A. Carr	University of Chicago
Dean Will Grant Chambers	Pennsylvania State College
Professor Harry Wolven Grane	University of North Carolina
Professor Elmer Culler	University of Illinois
Professor John Frederick Dashiell	University of North Carolina
Professor June E. Downey	University of Wyoming
Professor Richard M. Elliot	University of Minnesota
Professor Horace B. English	Antioch College
Professor J. E. Evans	Iowa State College
Professor Paul R. Farnsworth	Stanford University
Professor Shepherd Ivory Franz	University of California
Professor Frank N. Freeman	University of Chicago
Professor Cora Louisa Friedline	Randolph-Macon Woman's College
Professor Sven Froeborg	Gustavus Adolphus College
Dr. Paul Hanly Furfey	Catholic University of America
Professor Henry E. Garrett	Columbia University
Professor Thomas Russell Garth	University of Denver
Professor Arthur I. Gates	Columbia University
Dean Esther Allen Gaw	Ohio Wesleyan University
Professor Arnold Gesell	Rale University
Professor A. R. Gilliland	Northwestern University
Professor Sheldon Glueck	Harvard Law School
Professor Henry Herbert Goddard	Ohio State University
Professor H. M. Halverson	Yale University

Professor Samuel P. Hayes	Mt. Holyoke College
Professor Arthur W. K. Ornhauser	University of Chicago
Professor Howard Scott Liddell	Cornell University
Dr. D. I. Macht	Johns Hopkins University
Professor Mark A. May	Yale University
Professor W. A. Mccall	Columbia University
Professor Max Frederick Meyer	University of Missouri
Professor Walter R. Miles	Stanford University
Professor George Haines Mount	University of Southern California
Professor Sidney M. Newhall	Yale University
Professor H. K. Nixon	Columbia University
Dean Franklin Cressey Paschal	Vanderbilt University
Professor G. T. Patrick	University of Iowa
Dean Louis A. Pechstein	University of Cincinnati
Professor F. A. C. Perrin	University of Texas
Professor Walter B. Pillsbury	University of Michigan
Professor A. T. Poffenberger	Columbia University
Dr. Louise E. Poull	Columbia University
Professor Samuel Renbhaw	Ohio State University
Dr. A. A. Roback	University Extension Lecturer Commonwealth of Massachusetts
Professor Christian A. Ruckmick	University of Iowa
Professor Henry Alford Ruger	Columbia University
Dean C. E. Seashore	University of Iowa
President Walter Dill Scott	Northwestern University
Professor M. Allen Starr	Columbia University
Professor Edward K. Strong	Stanford University
Professor John W. Todd	University of Southern California
Professor Charles H. Toll	Amherst College
Professor Edward Chace Tolman	University of California
Professor M. R. Trabue	University of North Carolina
Dean Karl T. Waugh	University of Southern California
Professor Louie Winfield Webb	Northwestern University
Professor Albert P. Webs	Ohio State University
Professor Mary T. Whitley	Columbia University
Professor R. S. Woodworth	Columbia University
Professor Helen Thompson Woolley	Columbia University
Professor Clarence S. Yoakum	University of Michigan
Professor Kimball Young	University of Wisconsin
Professor Paul Thomas Young	University of Illinois

【注】：包括上述学者在内的 159 名学者都认可本书的写作思路，即通过成功人士在职场中的真实事例来阐释心理学基本原理。我们通过邮件邀请这些学者对本书不同的陈述方式做出评估，他们在回信中给予了我们充分肯定。尽管在某些情况下，他们对是否有更多的陈述方式意见并不统一，但是，在关键部分上他们的观点是一致的。

【前 言】



伟人与我们不同吗？



本书的目的在于告诉人们，成功人士如何解决我们平常遇到的人际交往难题，并解释为何他们的处事方式和心理策略往往能收到惊人的成效。

在一刻钟的采访时间里，总统候选人赫伯特·胡佛只回答了“是”或“不是”。他坐在一张舒服的大椅子上，圆圆胖胖的脸，面容安详……像是在等人。

保罗·利兹是《芝加哥日报》的著名记者，他的心中有一丝紧张。他正在胡佛的专列上，还是同一节车厢，注视着胡佛的一举一动。这是多么难得的一次访谈机会。可是，他的想法落空了，胡佛根本不搭理他。

利兹不断地提起胡佛感兴趣的话题，试图调动他说话的积极性。但胡佛那双灰蓝色、敏锐的眼睛里却没闪过一丝亮光。利兹正面临着一个我们所有人都会遇到的难题：他要去影响一个资历比他深，地位比他高的人。但是，大人物总是与众不同的。利兹要怎样才能提起胡佛的谈话兴致呢？

无意中他发现了一个非常规的沟通技巧。

“当我最绝望的时候，”利兹说，“我碰巧说错了一句话，而那个话题恰恰是他非常了解的。”

“当时，列车正在尼华达州的土地上向前飞驰，我望着窗外的荒山野岭，连着远处烟雾缠绕的紫色山峦，脱口而出：‘天啊，尼华达州居然还在用落后的人工方法来垦殖。’没想到胡佛一下子开腔了：‘现代方法，早就改变了无序的传统劳作，未来肯定会完全取代旧的生产方式……’在随后的一个小时里，他谈到

了采矿业，然后话锋一转，又开始说石油、航空邮件和其他领域的话题。”

那时胡佛是世界上最具影响力的重要人物之一，他正以共和党总统候选人的身份，前往巴罗·阿尔托举办巡回演讲。在胡佛的车厢里，还有不少贵宾迫切地希望获得他的注意。

然而，他把接近两个小时的交谈机会全给了一个他不甚了解的年轻人。利兹让胡佛留下了深刻的印象。他并非靠展示自己的聪明才智，而是用另一种完全相反的方式，去吸引胡佛的目光：他表现出自己才疏学浅的一面，让胡佛去教育指正他。

为何这名记者对胡佛产生了如此大的影响呢？

回答这个问题并不难，但是却值得我们深思。

保罗·利兹所采用的策略只是众多简单但不同寻常的方法之一，成功人士在人际交往中常常采用这一策略。

这正是我们要去深究的待人处世之道。

我们会为你详细剖析，本杰明·富兰克林是如何通过一个善意的举动，把一个敌人变成了终身知己的；怀特·莫劳是如何做到只通过提出一些小问题，就能把那些大人物深深吸引住的；赫伯特·胡佛是如何假装自己会使用打字机而奠定了自己的事业基础的；西欧多尔·罗斯福是如何抓住一个常常被忽视的小细节，把陌生人一下子变成自己的衷心支持者的……在本书上百个活生生的案例中，我们将会看到，世界上最成功的人士是如何运用各种心理策略来解决我们平常遇到的那些人际难题的。

在上述案例中，我们将能够看到，往往一个非常简单明了的方式就能影响到别人。我们将细究其中的缘由并学以致用。

我们同样会解答那个被问了无数次的问题：“伟人与我有何不同？”

总的来说，优秀的领袖在处理人际关系时比普通人更加谨慎，他们会注意到更多别人所忽略的细节。他们认识到，只有借助别人的力量才能获得成功。

当我们停下来，思考我们当下的困难，思考过去的得失时，我们有没有在意其他人与自己的关系：上司或是下属，合伙人或是客户，朋友或是亲戚？

我们都知道，人，特别是年轻人，常常会对自己无法把控的人束手无策。通常这些年轻人才华横溢，勤劳诚恳，但他们很少花心思去学习怎样与人打交道。

查尔斯·施瓦伯被誉为近三十年来美国“最优秀的推销员”，罗斯福有着“天才般的交际能力”，欧文·D·杨以其能洞察他人难处而闻名，亨利·福特则擅长洞悉他人的需要和意愿……这一切绝不是偶然。

他们的目的就是在人群中树立起自己的影响力。

他们都具有圣菲铁路总裁威廉·斯多利所说的品质——懂得操纵他人的“技巧”。

我们可以看到，他们所采用的心理策略非常简单，只是多年来一直被蒙上了神秘的面纱。

比如，当马修·布莱斯，美国国际集团总裁，被问到“成功的最佳途径是什么？”时，他做了这样的回答：

“向成功人士学习，就好像你师从音乐大师学习音乐一样。”

毫无疑问，几乎所有领导者都具有影响他人的能力，只是无法用语言清楚表达出来。

这些人比我们大多数人更细致地了解别人，他们更懂得洞悉人性。实际上，他们大多只是运用了某些心理学法则去影响别人，而自己对此并没有非常清晰的概念，所以也说不出个所以然。

我们由此可以得知，为什么众多重要人物的助手也可以有辉煌的前途：这些助手们有机会长年累月地从上司身上学习驾驭人际关系的能力。

萨缪尔·尹素丽曾以这种方式与托马斯·爱迪生共事、约翰·拉斯科博与皮埃尔·杜篷、安德鲁·卡耐基与托马斯·斯科特、佐治·科特里尔与西奥多·罗斯福、J·H·巴林格与约翰·帕特森、詹姆斯·辛普森与马歇尔·菲尔德……

很多杰出人士都是重要领导人的机要秘书出身，他们可以在幕后观察自己的上级如何处理人际关系。

这正是我们需要探讨的成功人士的交际策略。这些实用的技巧能让我们从容应对工作中的难题。

目录

- 前言 伟人与我们不同吗? 1

- 第 1 章 让他人喜欢你的心理策略
 - 请他帮个小忙, 他就会喜欢你 2
 - 首先, 尊重他的自尊心 4
 - 尊重他的习惯, 满足他的个性化需要 6
 - 细致的体贴最能打动人 8

- 第 2 章 快速与他人交朋友的心理策略
 - 进入对方的“私人舞台” 11
 - 一定要记住对方的癖好, 不管它有多奇怪 13
 - “尊重” 仍然是关键 16

- 第 3 章 让他人赞同你的心理策略
 - 抓住对方最感兴趣的事 20
 - 关心对方最关心的事情 22
 - 吸引对方的注意力 24
 - 运用对方的说话方式, 说你想说的话 27



第4章 让对方说出心里话的心理策略

- 最好的赞美就是倾听 31
- 只有对方感兴趣的话题，他才会说个不停 33
- 问对方最在行的事情，他一定非常乐意说 35

第5章 让对方主动帮助你的心理策略

- 设圈套一定要不留痕迹 39
- 让他以为是他自己想出来的 41
- 不时给点小甜头 44

第6章 化解对方敌意的心理策略

- 激将法：刺激对方的自尊心 47
- 傲慢绝对不可以 50
- 让对方提出几种方案，然后再用排除法 52
- “私交”很重要 54

第7章 争取他人支持的心理策略

- 搞清楚对方究竟要什么 57
- 描绘一幅前景，越美越好 60
- 把握每个人不同的需求 62
- 善于暗示，并仔细观察对方的反应 64
- 要说服对方，最好用对方自己的观点 68
- 让他不停地说“是” 70
- 不给他说“不”的机会 72

第 8 章 探索他人内心需要的心理策略

- 别被表面现象迷惑 75
- 把自己放到对方的位子上 78
- 研究他人的需要 81

第 9 章 处理反对意见的心理策略

- 抱怨的声音，一定要倾听 85
- 适时作些小让步 88
- 争辩开始了，一切就完了 90
- 社交金句：“您的意见是……” 93

第 10 章 避免对方敌视自己的心理策略

- 传达坏消息时一定要找到合适的方式 97
- 故作聪明最令人反感 99
- 把荣耀让给他人，把权力留给自己 101

第 11 章 让他人主动为你办事的心理策略

- 刺激对方的自豪感 104
- 头衔和标签的力量 106
- 让对方感觉受到关注 108
- 用自嘲获得他人的好感 110
- 牺牲一点虚荣心有大用 113
- 把功劳让给他人 116



第 12 章 让赞美更加有效的心理策略

- 找出对方的兴奋点 121
- 间接的、恰如其分的赞美最有效 124
- 任何人都有值得赞美的地方 126

第 13 章 提高读心术水平的心理策略

- 把握他人行为的细节 130
- 不要被表象迷惑 134
- 看看对方是否愿意说“是” 137
- 搞清楚对方是否有责任心 139
- 注意无意识的思维方式和行为习惯 142
- 在对方放松的时候考察他 145
- 采取各种方式多方面考察对方 148
- 提前收集对方的信息，越多越好 151
- 发展你自己的读心术 153

第 14 章 增强说服力的心理策略

- 让实物来说话 157
- 形象的图画非常有说服力 160
- 生动的故事非常有效 162

第 15 章 隐藏自己真实意图的心理策略

- 放一个“烟幕弹” 167
- 不要暴露真实的意图 170
- 保守秘密是成功的前提 172
- 实力有时是“吹”出来的 175
- 虚张声势的力量 179
- 一定要让对方先开口 181

第 16 章 展现自己光辉形象的心理策略

- 关键的时刻一定不能谦虚 185
- 充分展现自己的长处 188
- 信誉非常重要 190
- 有时也要“自作主张”一下 192
- 抓住特别的机会 194
- 特立独行有时非常有用 197
- 有计划有步骤地宣传自己 201
- 展现自己的人格魅力 204

第 17 章 巧用幽默的心理策略

- 幽默是社交的润滑剂 208
- 用笑语打破人际障碍 211



○ 第 18 章 巧用愤怒的心理策略

如果要发怒，一定要迅猛 214

沉默是一种武器 216

发怒，一定要事先谋划好 219

○ 第 19 章 最终极的心理策略：创造和谐的人际关系

把别人的问题当成自己的问题 222

把别人的前途当成自己的前途 225

第 1 章

让他人喜欢你的心理策略





请他帮个小忙，他就会喜欢你

在早期的奋斗生涯中，安德鲁·卡耐基和本杰明·富兰克林都运用了一些奇妙的心理策略。

他们所面临的问题十分相似：他们的计划遭到别人阻碍。卡耐基面临合伙人退出，富兰克林则遇到了一个死对头。

卡耐基和富兰克林都以自己的方式轻松地解决了问题，而他们所用的心理策略是惊人的一致。他们都以轻松愉快的口吻讲述了整个过程。

几乎是一夜之间，富兰克林就把一个敌人变成了毕生的挚友。

富兰克林还年轻的时候，就已经是费城一家印刷店的老板了。他在宾夕法尼亚州议会的复选中被举荐为下议院的书记官。

但是，他很快遇到了困难。在选举前，一名新议员发表了反对富兰克林的长篇演讲。他故意无视正坐在下面的富兰克林。

富兰克林对这起突发事件感到束手无策。

他应该怎么做呢？

他后来告诉我们：“我当然对这名新议员感到十分气愤，可他确实是一名学识和财富兼备的绅士，在州议会中是举足轻重的人物。然而，我没有低头去乞求他的好感，而是用了另一种更恰当的方式。

“当我得知他的书房中有很多非常珍稀的藏书后，我给他写了一张小纸条，表达了我对某本书的渴求之情，然后询问他能否让我借阅数天。

“他很快就将书送来了，”富兰克林接着讲，“我一周后归还这本书的时候夹带了一张纸条，表达了我对这本书的强烈喜爱之情。

“当我们在议院再次相遇时，他主动跟我打招呼了（他之前从来没对我说过一句话），态度彬彬有礼。从此以后，他无论任何场合都对我客气有加，所以我们成了好朋友，我们的友谊一直延续到他去世。”

在赢得他人好感这件事上，特别是要赢得一个人发自内心的好感，本杰

明·富兰克林在短时间内就令一个之前蔑视和反对他的人对其热忱相待。

或许富兰克林自己也对这个心理策略的力量感到惊讶吧。

阅历丰富的安德鲁·卡耐基应该是很好地吸收了富兰克林的传记里的经验，他用了同样的技巧去对付一个难缠的伙伴。

他的助手，性格古怪又有些可爱的柯林尼·派普打算在紧要关头抛下他。

他们两个正在圣路易斯为卡耐基公司刚建造的一座桥梁筹备征收过路费。但是，好样的柯林尼，在这个时候却思家心切，决定搭乘晚上的火车返回匹兹堡。

卡耐基发现了他的异常举动，认为这种幼稚的想法将会危及到公司利益，但是他没有要求柯林尼继续完成先前的工作，而是说有事情需要他帮忙。

卡耐基知道柯林尼是一个爱马之人，因此告诉他说圣路易斯有个非常著名的马场，自己要去买两匹马作为礼物送给妹妹，想让派普留下来帮忙挑选一下。

柯林尼非常高兴。

“这个方法奏效了……”卡耐基写道，“我们把任务完成了，并且创造了奇迹，柯林尼也履行了自己的职责。”

卡耐基像富兰克林那样，以投其所好的方式，让助手留在了镇上继续工作，既维护了自己的威信又避免了摩擦。

当有人拜托你办事时，如果刚好那件事又是你自己特别感兴趣的东西，你会发现你自己十分乐意去帮助他，你发现了吗？

这种心理策略看起来非常的明智，但我们当中有几个人真的能用好它呢？

然而，卡耐基和富兰克林坚守这条信念，获得了巨大的成效。

这种心理策略的力量源自人性法则中的某一条，在下面将会得到详细讨论。

我们来看这条法则是如何体现在富兰克林和其他权威人士的交往中的。

为什么这个人对富兰克林的敌意一夜之间消失了呢？是什么一下子激起了他内心的善意？答案很简单。

在富兰克林导演的小戏剧中，他让对方成为巨星，自己则做了配角。在剧中那位议员是施主，富兰克林则在寻求他的帮助。他让对方感受到自己的优越性和重要性。在心理学家看来，富兰克林激发了他的自尊心。

“自尊”一词在拉丁文中就是“Ego（自我）”的意思，心理学家以这个词来描述我们对自己所拥有的观点。它是我们在任何时候对自我重要性和价值的主观认识。

激起人的自尊心就可以使人充满强烈的行动欲望。

我们赞扬一个人，就会得到他的善意，因为我们满足了他基本的人性需要。这便是让别人喜欢我们的真正秘密：维护他们的自尊心。我们有很多简单的方式去做到这一点。其中之一便是富兰克林和卡耐基所采用的办法：在不麻烦他人太多的情况下，让别人心甘情愿地帮你一个小忙。